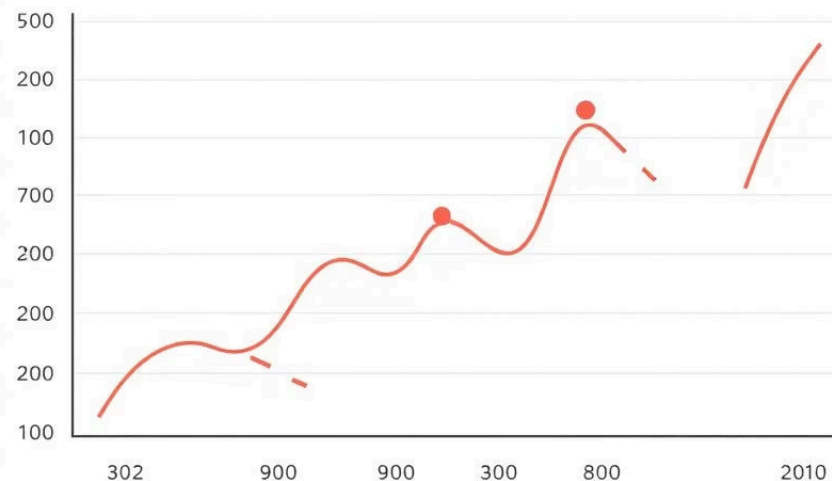




# Первичный бизнес-анализ продаж Superstore 2014-2017

## annualy percteernics



**\$400+**  
Sale

**48%**  
Order

**1.4%**  
Orders

**9.20**  
Treal

**1000**  
3814

## Итоговые показатели компании

- Общий объём продаж: \$2,297,200
- Общая прибыль: \$286,400
- Средняя маржинальность: 12,5%
- Количество клиентов: 793
- Количество заказов: 5009

# Сильные стороны

## Разнообразие ассортимента

Широкий выбор товаров в трёх основных категориях. Наличие как недорогих расходников, так и дорогой мебели и техники.

## Географическое покрытие

Продажи ведутся по всем регионам США: West, East, Central, South. Есть клиенты как из крупных городов, так и небольших населённых пунктов.

## Работа с разными сегментами

Работа как с корпоративными клиентами, так и частными лицами и малым бизнесом.

# Слабые стороны

## Чрезмерное использование скидок

Скидки до 70–80% часто приводят к убыткам. Некоторые товары продаются ниже себестоимости.

## Низкая маржинальность в категории Мебель

Возможно, закупочная цена слишком высока или ценообразование неоптимально.

## Неравномерная прибыльность по регионам

В Central и South регионах чаще встречаются убыточные сделки. Центральный регион особенно отстаёт — маржа всего 7,9%. Возможные причины: высокая конкуренция, низкие цены, неэффективная логистика.





# Рекомендация 1

## Оптимизировать ассортимент

Выявить топ 10 убыточных товаров и принять решение:

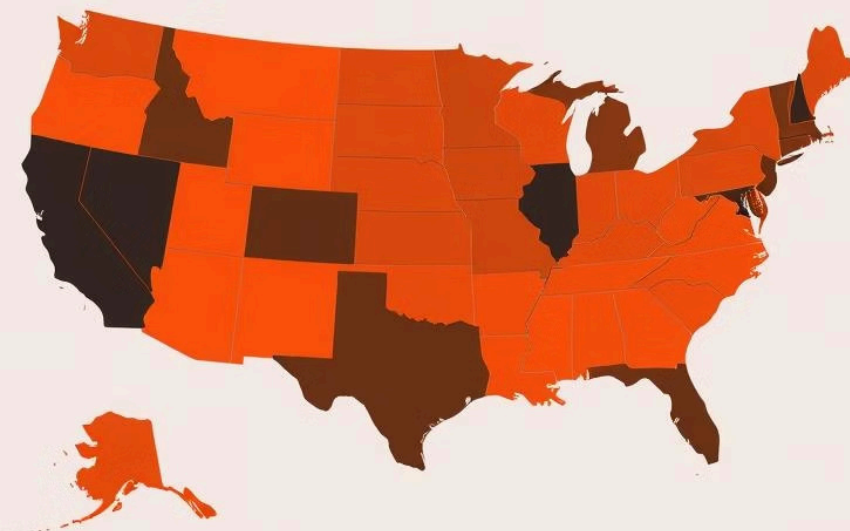
- Убрать из ассортимента
- Сменить поставщика
- Оптимизировать логистику

# Рекомендация 2

## Сфокусироваться на регионах с потенциалом

Central и South регионы требуют особого внимания:

- 1 Провести детальный анализ прибыли по этим регионам
- 2 Провести анализ конкурентов
- 3 Оптимизировать логистику
- 4 Пересмотреть ценообразование



# Рекомендация 3 и 4

## Развивать B2B-направление

Сфокусироваться на Corporate и Home Office сегментах — там выше маржинальность.



## Повысить эффективность скидочных кампаний

Проверить и проанализировать их влияние на прибыль:

- Ввести максимальный лимит скидки (например, не более 30% без одобрения менеджера)
- Для товаров с низкой маржинальностью (особенно мебель) — ограничить скидки





# Рекомендация 5

## Анализ "Same Day" и "First Class" доставок

Быстрая доставка может увеличивать издержки. Проверить, окупаются ли такие заказы по прибыли.

Оценить стоимость  
доставки

Анализ расходов на Same Day и  
First Class доставку

Рассчитать ROI

Определить, окупаются ли  
быстрые доставки через  
увеличение прибыли

Оптимизировать  
логистику

Найти баланс между скоростью  
доставки и рентабельностью